

الإعلان الصحفي

ا. م. د. علي فاخر

أهمية توظيف الصور والرسوم في الإعلان

تُعد الصور والرسوم من أهم الأدوات التي يعتمد عليها الإعلان الحديث، فهي لا تقتصر على تجميل الشكل الخارجي للإعلان، بل تؤدي وظائف جوهرية في إيصال الرسالة الإعلانية بفاعلية أكبر. وقد أثبت خبراء الإعلان أن الصورة قادرة على جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بدرجة تفوق الكلمات وحدها، خاصة مع التطور الكبير في تقنيات الطباعة والنشر، وازدياد دور الإعلان التلفزيوني والرقمي.

الوظائف الأساسية للصور والرسوم في الإعلان

1. التعبير السريع عن الأفكار الإعلانية

- الصور تختصر الكثير من الكلمات وتوصل الرسالة مباشرة إلى الجمهور.
- في الإعلانات التلفزيونية أو السينمائية يمكن تصوير السلعة أثناء الاستخدام أو بعده، مما يساعد المستهلك على تخيل الفوائد التي سيحصل عليها.
- الصور تُظهر مزايا السلعة، وتوضح خصائصها، وتبرز الحلول التي تقدمها لمشكلات المستهلك.

2. جذب انتباه الجمهور المستهدف

- الصور قادرة على شد انتباه فئات محددة من الجمهور، مثل أصحاب السيارات في إعلان إطارات السيارات.
- يمكن توجيه الصور أيضاً للوسطاء والموزعين عبر إعلانات الطرق ووسائل النقل.

3. إثارة الاهتمام ببقية عناصر الإعلان

○ الصورة الجذابة تدفع القارئ أو المشاهد إلى قراءة النص الإعلاني والتعمق في تفاصيله.

○ استخدام صور الأطفال أو الرسوم الفكاهية يخلق ارتباطاً عاطفياً ويزيد من تذكر الإعلان والسلعة.

4. إضفاء الواقعية والصدق على الإعلان

○ الصور تُثبت صحة الادعاءات وتقلل من الانتقادات المتعلقة بالمبالغة في وصف السلع.

○ مثال: تصوير سيارة وهي تسير في طرق وعرة يبرهن على قوتها، أو عرض مشاهد سياحية حقيقية لإقناع الجمهور بجاذبية الرحلة.

أساليب استخدام الصور والرسوم في الإعلان

على المعلن أن يحدد الأفكار المراد ترجمتها بصرياً، ومن أبرز الأساليب:

1. تصوير السلعة ذاتها أو جزء منها.

2. عرض مجموعة من السلع معاً.

3. تصوير السلعة وهي معدة للاستخدام.

4. تصوير السلعة أثناء الاستخدام.

5. إبراز نتائج استخدام السلعة: الفوائد والمنافع

6. إظهار نتائج عدم استخدام السلعة: المشكلات المحتملة

7. استخدام الصور الاستشهادية أو الرمزية لتوضيح الفكرة.

وفي النهاية نستطيع القول: إن الصور والرسوم ليست مجرد عنصر جمالي في الإعلان، بل هي وسيلة استراتيجية لتحقيق أهداف متعددة: التواصل السريع، جذب الانتباه، إثارة الاهتمام، وتعزيز

المصادقية .ومع التطور التكنولوجي في الطباعة والإعلام الرقمي، أصبحت الصور أداة لا غنى عنها في أي حملة إعلانية ناجحة.